Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X **(Printed)**
5 (3) 2025, Page: 38347-38361

Analisis Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kegunaan Mobile Banking Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM)

Eli Fitria Sari[1], Zulva Roudhotun Navisa[2], Qoryna Aryani [3], Afifah Ulfatul Fauziyah[4], Salsabila Restya Hapsari[5], Joko Tri Nugraha[6]

1-2 Program Studi Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Tidar

[1]eli.fitria.sari@students.untidar.ac.id, [2]zulva.roudhotun.navisa@students.untidar.ac.id, [3]qoryna.aryani@students.untidar.ac.id, [4]afifah.ulfatul.fauziyah@students.untidar.ac.id, [5]salsabillarestya@students.untidar.com, [6]jokotrinugraha@untidar.ac.id

Published: Desember, 2025

ABSTRAK

Transformasi digital dalam industri perbankan telah mendorong meningkatnya penggunaan layanan mobile banking yang menawarkan kemudahan, efisiensi, serta fleksibilitas bagi pengguna. Bank Negara Indonesia (BNI) menghadirkan Wonder by BNI sebagai salah satu inovasi layanan keuangan digital yang dirancang untuk menjawab kebutuhan generasi muda dalam melakukan transaksi secara cepat dan praktis. Meski demikian, tingkat pemanfaatan aplikasi ini di kalangan mahasiswa masih belum optimal, sehingga diperlukan kajian mendalam mengenai bagaimana persepsi mereka terhadap kemudahan penggunaan dan kegunaan aplikasi tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan persepsi mahasiswa FISIPOL angkatan 2024 terhadap Wonder by BNI berdasarkan dua konstruk utama dalam Technology Acceptance Model (TAM), yaitu perceived ease of use dan perceived usefulness. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif asosiatif dengan pengumpulan data melalui survei kuesioner skala Likert 5 poin. Teknik analisis data dilakukan menggunakan statistik inferensial untuk menggambarkan kecenderungan responden terhadap setiap indikator penerimaan teknologi. Hasil penelitian memberikan gambaran mengenai bagaimana mahasiswa memaknai Wonder by BNI sebagai aplikasi mobile banking, termasuk sejauh mana aplikasi ini dinilai mudah digunakan, bermanfaat, serta relevan dengan kebutuhan transaksi mereka. Temuan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi BNI dalam meningkatkan kualitas fitur, kenyamanan antarmuka, serta strategi pemasaran digital guna memperluas penerimaan aplikasi di kalangan pengguna muda. Selain itu, penelitian ini memberikan pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan teknologi perbankan digital di lingkungan mahasiswa yang merupakan segmen strategis dalam pengembangan layanan keuangan masa depan.

Kata kunci: Mobile Banking, Wonder by BNI, Technology Acceptance Model (TAM), Kemudahan Penggunaan, Kegunaan, Penerimaan Teknologi

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Perkembangan layanan keuangan digital dalam beberapa tahun terakhir telah mengubah cara masyarakat melakukan transaksi. Perbankan dituntut menghadirkan layanan yang tidak hanya aman, tetapi juga praktis dan mudah digunakan. Terutama melalui hadirnya layanan mobile banking yang memungkinkan pengguna melakukan transaksi secara lebih cepat, mudah, dan efisien. Hampir seluruh bank besar di Indonesia berlomba menghadirkan aplikasi mobile banking yang mampu menjawab kebutuhan masyarakat modern, BNI sebagai salah satu bank nasional merespons kebutuhan ini melalui peluncuran aplikasi ***"Wondr by BNI"***, sebuah platform keuangan digital yang dirancang untuk mempermudah aktivitas transaksi sehari-hari. Namun, adopsi teknologi tidak semata-mata ditentukan oleh ketersediaan layanan; penerimaan pengguna sangat dipengaruhi oleh persepsi mengenai kemudahan penggunaan dan kegunaan teknologi tersebut (Cipta Hadi et al., 2022). Dalam konteks mahasiswa sebagai pengguna generasi muda yang sangat dekat dengan teknologi, menarik untuk memahami sejauh mana aplikasi mobile Wondr *by* BNI diterima di kalangan mereka. Penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan kegunaan merupakan dua faktor

utama yang memengaruhi minat serta keputusan seseorang dalam menggunakan layanan mobile banking (Gunawan, 2014; Safari & Riyanti, 2023).

Temuan tersebut memperlihatkan bahwa meskipun teknologi sudah tersedia, adopsinya tetap bergantung pada bagaimana pengguna memaknai pengalaman mereka ketika berinteraksi dengan aplikasi. Aplikasi Wondr *by* BNI sendiri hadir dengan berbagai fitur yang diklaim mampu meningkatkan efisiensi transaksi, mulai dari aktivitas dasar seperti transfer hingga pemantauan keuangan pribadi. Beberapa studi menunjukkan bahwa fitur yang relevan dan mudah dijangkau dapat membangun persepsi positif pengguna terhadap manfaat aplikasi (Fattah et al., 2025). Namun, efektivitas fitur tersebut tetap perlu diuji secara empiris, terutama pada kelompok pengguna yang menjadi target potensial seperti mahasiswa.

Selain itu, kualitas desain antarmuka dan kemudahan navigasi juga menjadi aspek penting dalam menentukan keberhasilan aplikasi mobile banking. Penelitian terdahulu menemukan bahwa semakin mudah aplikasi dipelajari dan digunakan, semakin tinggi kemungkinan pengguna mempertahankannya sebagai alat transaksi utama (Crystle Rampen et al., 2021; Siswoyo & Irianto, 2023). Dengan demikian, analisis persepsi kemudahan penggunaan dan kegunaan menjadi langkah yang relevan untuk memahami dinamika penerimaan aplikasi Wondr *by* BNI. Sejalan dengan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana mahasiswa memandang kemudahan penggunaan serta kegunaan aplikasi Wondr by BNI, sekaligus melihat sikap pengguna dan niat mereka dalam menggunakan aplikasi tersebut. Fokus penelitian diarahkan pada empat variabel utama dalam kerangka Technology Acceptance Model (TAM), yaitu: (1) Perceived Ease of Use, (2) Perceived Usefulness, (3) Attitude Toward Using, dan (4) Behavioral Intention to Use. Keempat variabel ini digunakan untuk memahami bagaimana persepsi mahasiswa dapat memengaruhi sikap serta potensi penggunaan aplikasi Wondr by BNI. TAM dipilih karena mampu menjelaskan secara sistematis bagaimana persepsi pengguna terhadap teknologi dapat mempengaruhi sikap serta niat mereka dalam menggunakannya. Dalam konteks penelitian ini, TAM digunakan untuk menganalisis persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan terhadap sikap penggunaan, serta pengaruhnya terhadap niat perilaku untuk terus menggunakan aplikasi mobile banking.

Penelitian ini menggunakan teori Technology Acceptance Model (TAM) sebagai landasan analisis. TAM menjelaskan bahwa penerimaan pengguna terhadap teknologi dipengaruhi oleh empat komponen utama, yaitu: (1) Perceived Ease of Use, yang merujuk pada sejauh mana pengguna merasa bahwa aplikasi mudah dipahami dan dioperasikan; (2) Perceived Usefulness, yaitu sejauh mana pengguna percaya bahwa aplikasi memberikan manfaat dan membantu aktivitas mereka; (3) Attitude Toward Using, yaitu sikap atau penilaian pengguna terhadap penggunaan aplikasi; dan (4) Behavioral Intention to Use, yaitu niat atau kecenderungan pengguna untuk terus menggunakan aplikasi di masa mendatang. Keempat variabel ini saling berkaitan dan membentuk dasar untuk memahami keputusan pengguna dalam menerima atau menolak teknologi digital, khususnya dalam konteks layanan mobile banking seperti Wondr by BNI. Berdasarkan paparan tersebut, penelitian ini berupaya menganalisis bagaimana mahasiswa memandang kemudahan penggunaan serta kegunaan aplikasi Wondr *by* BNI. Pemahaman ini penting tidak hanya bagi pengembangan layanan digital mobile banking, tetapi juga bagi penguatan literasi keuangan digital di kalangan generasi muda, sebagaimana ditekankan dalam studi mengenai digitalisasi perbankan (Raveliana et al., 2025). Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi masukan strategis bagi peningkatan kualitas layanan, pengembangan fitur, serta optimalisasi pengalaman pengguna pada aplikasi Wondr *by* BNI.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif asosiatif. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan kondisi dan kecenderungan variabel penelitian berdasarkan data numerik. Dalam penelitian ini, data yang digunakan terbagi menjadi data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dengan menyebarkan kuesioner secara daring kepada mahasiswa FISIPOL 2024. Sedangkan data sekunder diambil dari jurnal, buku, dan laporan penelitian sebelumnya yang relevan dengan tema mobile banking (Safari dan Riyanti, 2023; Sudrajat dan Roslina, 2023).

Populasi dalam penelitian ini difokuskan kepada seluruh mahasiswa aktif Universitas Tidar Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu politik angkatan 2024, yang berjumlah 674 orang. Hal ini dilakukan agar

penelitian menjadi lebih fokus dan mendalam, sehingga hasilnya lebih valid untuk menggambarkan persepsi kelompok tersebut secara spesifik. Penentuan jumlah sampel dengan menggunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan sebesar 10% yaitu:

$$\eta = \frac{N}{1+N(\varrho)^2}$$

η= Jumlah Sampel
N = Jumlah Populasi
ϱ= Batasan Kesalahan (10%) = 0.1

$$\eta = \frac{674}{1 + 674(0{,}1)^2}$$
$$\eta = \frac{674}{1 + 674(0{,}01)}$$
$$\eta = \frac{674}{1 + 6{,}74}$$
$$\eta = \frac{674}{7{,}74}$$
$$\eta = 87{,}08$$

Jika 87,08 dibulatkan, maka menjadi 88. Oleh karena itu responden yang digunakan dalam penelitian ini ada 88. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup yang disusun menggunakan skala likert lima tingkat. yaitu:

1 = Sangat Tidak Setuju (STS),
2 = Tidak Setuju (TS),
3 = Tidak Ada Pendapat (TAP),
4 = Setuju (S),
5 = Sangat Setuju (SS).

Setiap item pertanyaan dalam kuesioner disusun berdasarkan Technology Acceptance Model (TAM), yang berfokus pada empat variabel, yaitu Perceived Ease of Use (PEOU), Perceived Usefulness (PU), Actual to Use (ATU) dan Behavioral Intention of Use (BI). Variabel PEOU mencerminkan persepsi pengguna mengenai tingkat kemudahan dalam mengoperasikan aplikasi, sedangkan variabel PU menggambarkan sejauh mana pengguna menilai aplikasi memberikan manfaat dalam menunjang aktivitas mereka. Variabel BI menggambarkan sejauh mana mahasiswa berniat untuk terus menggunakan aplikasi Wondr by BNI. Kemudian variabel ATU merujuk pada perilaku penggunaan nyata mahasiswa terhadap aplikasi Wondr by BNI, Apabila variabel BI tinggi, maka variable ATU cenderung meningkat, sehingga aplikasi benar-benar digunakan sebagai alat transaksi utama. Pernyataan-pernyataan dalam kuesioner disesuaikan dengan indikator-indikator yang umum digunakan dalam penelitian berbasis TAM (Davis, 1989), sehingga instrumen mampu mengukur persepsi mahasiswa terhadap kemudahan penggunaan dan kegunaan aplikasi Wondr by BNI secara tepat.

Sebelum data dianalisis lebih lanjut, instrumen kuesioner diuji kelayakannya melalui uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha di SPSS. Nilai Cronbach's Alpha digunakan untuk memastikan bahwa item-item pernyataan memiliki konsistensi internal yang memadai. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha berada di atas 0,70.

Table. Reability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items

.973	20

Dari Table diatas dapat dilihat bahwa nilai Cronbach's Alpha diatas 0,70 yaitu sebesar 0,953 yang berarti instrumen penelitian dinyatakan reliable. Analisis data dilakukan menggunakan statistik deskriptif, yang meliputi penghitungan nilai frekuensi dan persentase untuk menggambarkan hasil penelitian secara jelas dan terukur. Hasil analisis ini kemudian digunakan untuk menjelaskan kondisi responden dan interpretasi tiap indikator sesuai tujuan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini disajikan hasil pengolahan data dan pembahasan temuan penelitian yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner berbasis Technology Acceptance Model (TAM). Model Penelitian ini menggunakan empat variabel utama TAM, yaitu:

1. Perceived Ease of Use (PEOU)
   Variabel ini menilai sejauh mana pengguna merasa bahwa aplikasi Wondr by BNI mudah dipelajari, mudah dioperasikan, serta tidak menimbulkan hambatan dalam proses transaksi. Item-item kuesioner dalam variabel ini menggambarkan persepsi pengguna terkait tingkat kejelasan fitur, kelancaran interaksi, serta kemudahan menjalankan fungsi-fungsi utama aplikasi. Tujuan pengukuran PEOU adalah mengetahui apakah pengalaman kemudahan berpengaruh terhadap persepsi manfaat dan sikap pengguna.
2. Perceived Usefulness (PU)
   Variabel ini mengukur sejauh mana pengguna merasa bahwa aplikasi Wondr by BNI memberikan manfaat nyata dalam aktivitas keuangan mereka. Kuesioner pada variabel PU mengevaluasi peningkatan efisiensi, produktivitas, efektivitas, dan kemudahan penyelesaian transaksi keuangan. Variabel ini bertujuan melihat apakah semakin besar manfaat yang dirasakan, semakin positif pula sikap terhadap penggunaan aplikasi.
3. Attitude Toward Using (ATU)
   ATU menggambarkan evaluasi emosional dan kognitif pengguna ketika menggunakan aplikasi Wondr by BNI. Kuesioner ATU mencakup persepsi nyaman, aman, keyakinan bahwa aplikasi adalah sarana yang tepat, serta kecenderungan pengguna memilih aplikasi dibandingkan kanal perbankan lain. Tujuan pengukuran ATU ialah untuk mengetahui apakah sikap yang terbentuk menjadi faktor kunci munculnya niat untuk tetap menggunakan aplikasi.

4. Behavioral Intention to Use (BIU)
   Variabel ini menunjukkan niat perilaku pengguna, seperti keinginan untuk terus menggunakan aplikasi, merekomendasikan nya, atau mengeksplorasi fitur lebih lanjut. Kuesioner BIU menilai kesiapan pengguna mempertahankan penggunaan aplikasi di masa mendatang. Variabel ini menjadi outcome utama dalam penelitian ini.

Table 1. Variabel Penelitian

No	Variabel	Indikator
1	Perceived Ease of Use (PEOU)	1. Mudah mempelajari cara menggunakan aplikasi BNI Wonder. 2. Interaksi dengan aplikasi jelas dan mudah dipahami. 3. Pengguna merasa semakin terampil saat menggunakan aplikasi. 4. Fitur dalam aplikasi mudah dioperasikan. 5. Aplikasi memudahkan pengguna

		menemukan fitur yang dibutuhkan.
2	Perceived Usefulness (PU)	1. Aplikasi membantu menyelesaikan transaksi keuangan lebih cepat. 2. Aplikasi meningkatkan produktivitas dalam mengelola keuangan. 3. Fitur aplikasi mendukung aktivitas keuangan sehari-hari. 4. Aplikasi meningkatkan efektivitas dalam menyelesaikan tugas keuangan. 5. Aplikasi memberikan manfaat nyata bagi kebutuhan transaksi.
3	Attitude Toward Using (ATU)	1. Merasa nyaman saat menggunakan aplikasi BNI Wonder. 2. Merasa senang ketika menggunakan aplikasi. 3. Yakin bahwa aplikasi adalah sarana yang tepat untuk bertransaksi. 4. Lebih memilih aplikasi BNI Wonder daripada kanal perbankan lain. 5. Memiliki perasaan positif terhadap penggunaan aplikasi.
4	Behavioral Intention to Use (BIU)	1. Berniat menggunakan aplikasi BNI Wonder secara berkelanjutan. 2. Berniat merekomendasikan aplikasi kepada orang lain. 3. Berniat mengeksplorasi lebih banyak fitur yang tersedia di aplikasi. 4. Berniat menjadikan aplikasi sebagai layanan utama transaksi. 5. Berniat tetap menggunakan aplikasi meskipun ada alternatif lain.

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini disusun berdasarkan adaptasi item-item kuesioner yang telah digunakan pada penelitian-penelitian sebelumnya yang menerapkan Technology Acceptance Model (TAM). Pemilihan adaptasi instrumen dilakukan karena variabel-variabel dalam penelitian ini, yaitu *Perceived Ease of Use* (PEOU), *Perceived Usefulness* (PU), *Attitude Toward Using* (ATU), dan *Behavioral Intention to Use* (BIU) merupakan bagian dari teori TAM yang telah lama dikembangkan dan terbukti valid dalam menjelaskan penerimaan teknologi oleh pengguna.

Proses adaptasi dilakukan dengan menyesuaikan setiap item kuesioner dengan konteks penelitian, yaitu penggunaan aplikasi mobile banking BNI Wonder. Penyesuaian ini dilakukan agar butir-butir pertanyaan relevan dengan pengalaman pengguna dalam memanfaatkan layanan digital banking tersebut, sekaligus tetap menjaga keakuratan variabel asli yang terdapat pada model TAM. Instrumen penelitian yang digunakan berjumlah 24 item yang mewakili empat variabel utama. Jumlah item dalam setiap variabel adalah sebagai berikut:

1. variabel PEOU terdiri dari 5 item
2. variabel PU terdiri dari 5 item
3. variabel ATU terdiri dari 5 item

4. variabel BIU terdiri dari 5 item.

Seluruh item disusun menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari "Sangat Tidak Setuju" hingga "Sangat Setuju". Rincian indikator dan pernyataan pada setiap variabel penelitian dapat dilihat pada Table-Table dibawah:

Table 2 . Variabel Perceived Ease of Use (PEOU)

No	Pernyataan
1	Saya merasa mudah mempelajari cara menggunakan aplikasi BNI Wondr.
2	Saya merasa interaksi dengan aplikasi BNI Wondr jelas dan dapat dipahami.
3	Saya menjadi lebih terampil dalam menggunakan aplikasi BNI Wondr.
4	Secara keseluruhan, saya merasa aplikasi BNI Wondr mudah digunakan.
5	Saya dapat dengan mudah menemukan fitur yang saya butuhkan dalam aplikasi**.**

Table 3. Variabel Persepsi Kegunaan (Perceived Usefulness - PU)

No	Pernyataan
1	Penggunaan BNI Wondr membuat saya lebih cepat menyelesaikan transaksi keuangan.
2	Penggunaan BNI Wondr meningkatkan produktivitas saya dalam mengelola keuangan.
3	Fitur-fitur yang ada dalam BNI Wondr sangat berguna bagi aktivitas keuangan saya.
4	Secara keseluruhan, saya merasa BNI Wondr bermanfaat bagi saya.
5	BNI Wondr memberikan saya kendali yang lebih baik atas keuangan saya.

Table 4 . Variabel Sikap Terhadap Penggunaan (Attitude Toward Using - ATU)

No	Pernyataan
1	Menurut saya, menggunakan aplikasi BNI Wondr adalah ide yang baik.
2	Saya merasa nyaman dan senang ketika menggunakan aplikasi BNI Wondr.
3	Saya yakin bahwa menggunakan BNI Wondr adalah cara yang tepat untuk bertransaksi.
4	Saya lebih memilih menggunakan BNI Wondr daripada channel perbankan lainnya (e.g., ATM, teller).
5	Saya memiliki perasaan positif terhadap penggunaan aplikasi BNI Wondr.

Table 5 . Variabel Niat Perilaku Penggunaan (Behavioral Intention to Use - BI)

No	Pernyataan
1	Saya berniat untuk terus menggunakan aplikasi BNI Wondr di masa mendatang.
2	Saya akan merekomendasikan aplikasi BNI Wondr kepada teman atau keluarga.
3	Saya berniat untuk mengeksplorasi lebih banyak fitur yang ditawarkan aplikasi BNI Wondr.
4	Saya berniat menggunakan BNI Wondr sebagai aplikasi utama untuk transaksi keuangan saya.
5	Saya akan terus menggunakan BNI Wondr meskipun ada aplikasi bank lain dari kompetitor.

Hipotesis dengan teori TAM 1 yang digunakan untuk penelitian ini ada lima yaitu:

H1: Persepsi Kemudahan Penggunaan (Perceived Ease of Use - PEOU) berpengaruh positif terhadap Persepsi Kegunaan (Perceived Usefulness - PU)

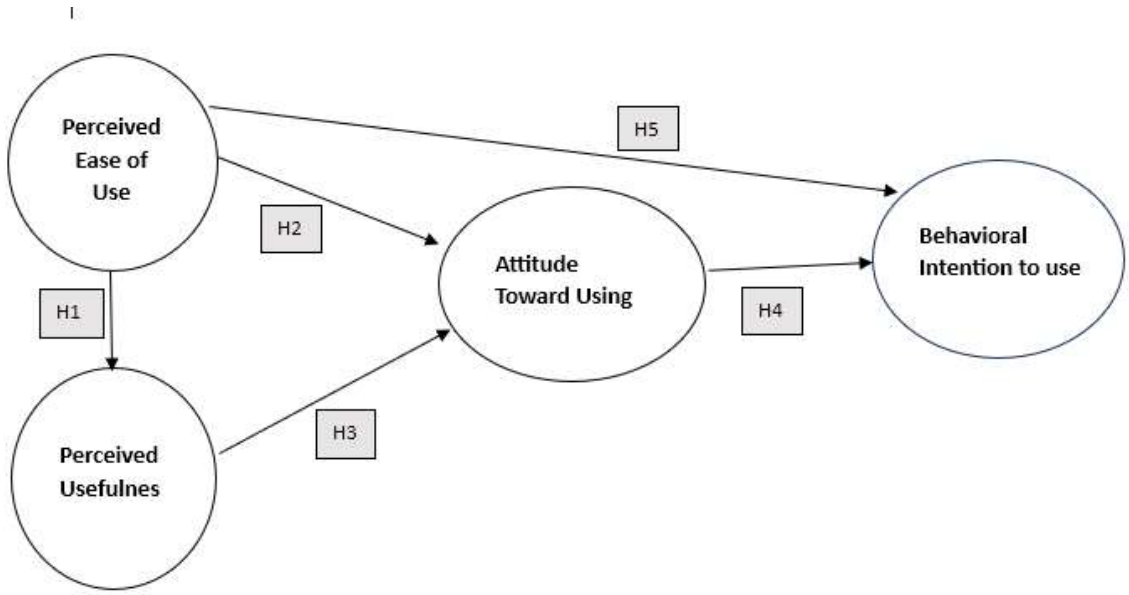
H2: Persepsi Kemudahan Penggunaan (Perceived Ease of Use - PEOU) berpengaruh positif terhadap Sikap Terhadap Penggunaan (Attitude Toward Using - ATU)

H3: Persepsi Kegunaan (Perceived Usefulness - PU) berpengaruh positif terhadap Sikap Terhadap Penggunaan (Attitude Toward Using - ATU)

H4: Sikap Terhadap Penggunaan (Attitude Toward Using - ATU) berpengaruh positif terhadap Niat Perilaku Untuk Menggunakan (Behavioral Intention to Use - BI)

H5: Presepsi Kemudahan Penggunaan (Perceived Ease of Use - PEOU) berpengaruh positif terhadap Niat Perilaku Untuk Menggunakan (Behavioral Intention to Use - BI)

Gambar 1. Technology Acceptance Model (TAM)



A. Identitas Responden

Dalam penelitian ini, pengelompokan responden dibuat berdasarkan hasil kuesioner yang diisi oleh 88 orang, mencangkup informasi mengenai jenis kelamin dan status penggunaan aplikasi Wondr by BNI.

Table 6. Jenis kelamin dan Apakah pengguna aplikasi atau tidak

Skala Likert	Frequency
Laki - laki	23
Perempuan	65
Iya	59
Tidak	29

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar partisipan adalah perempuan (65 orang), sementara jumlah laki-laki mencapai 23 orang. Di samping itu, banyak dari responden (59 orang) telah memanfaatkan aplikasi Wondr by BNI. Keterlibatan perempuan yang lebih dominan ini menunjukkan bahwa mereka sangat aktif menggunakan layanan perbankan digital, terutama di kalangan mahasiswa. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sudrajat dan Roslina (2023), yang menyatakan bahwa kemudahan dalam mengakses dan desain yang mudah dipahami berkontribusi pada meningkatnya partisipasi perempuan dalam layanan mobile banking.

B. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Dalam penelitian ini, terdapat lima hipotesis yang diuji. Yaitu :

1. H1: Persepsi Kemudahan Penggunaan (Perceived Ease of Use - PEOU) berpengaruh positif terhadap Persepsi Kegunaan (Perceived Usefulness - PU

Correlation

		Perceived Ease Of Use	Perceived Usefullness
Perceived Ease Of Use	Pearson Correlation	1	.788**
	Sig. (2-tailed)		<.001
	N	88	88
Perceived Usefullness	Pearson Correlation	.788**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	
	N	88	88

****. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)**

Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa uji korelasi Persepsi Kemudahan Penggunaan (Perceived Ease of Use - PEOU) berpengaruh positif terhadap Persepsi Kegunaan (Perceived Usefulness - PU) menunjukkan nilai koefisien korelasi 0,788 dengan nilai signifikansi 0,001. Hasilnya menunjukkan hubungan positif yang sangat kuat dan signifikan antara persepsi kemudahan penggunaan aplikasi Wonder oleh BNI dan persepsi kegunaannya. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin mudah pengguna menggunakan aplikasi Wonder, semakin yakin mereka bahwa itu bermanfaat dan dapat membantu meningkatkan efektivitas operasi keuangan mereka. Oleh karena itu, **hipotesis bahwa PEOU mempengaruhi PU dinyatakan diterima**, karena kemudahan penggunaan telah terbukti memainkan peran penting dalam menentukan bagaimana aplikasi dilihat oleh pengguna.

Temuan penelitian ini sejalan dengan banyak studi sebelumnya. Cipta Hadi dan Assegaff (2022) menjelaskan bahwa ketika sebuah aplikasi mudah dipahami serta tidak menimbulkan hambatan berarti, pengguna akan lebih mampu merasakan manfaat nyata dari teknologi tersebut. Gunawan (2014) juga menegaskan bahwa kemudahan penggunaan menciptakan pengalaman positif yang kemudian membentuk keyakinan bahwa aplikasi tersebut benar-benar membantu aktivitas keuangan pengguna. Hal ini turut diperkuat oleh Safari dan Riyanti (2023) yang menemukan bahwa navigasi aplikasi yang jelas dan tidak membingungkan membuat pengguna lebih percaya pada kegunaan aplikasi tersebut. Oleh karena itu, hasil korelasi kuat dalam penelitian ini secara natural menggambarkan fenomena yang memang telah banyak diamati dalam penelitian-penelitian sebelumnya.

2. H2: Persepsi Kemudahan Penggunaan (Perceived Ease of Use - PEOU) berpengaruh positif terhadap Sikap Terhadap Penggunaan (Attitude Toward Using - ATU)

Correlation

		Perceived Ease Of Use	Attitude Toward Using
Perceived Ease Of Use	Pearson Correlation	1	.816**
	Sig. (2-tailed)		<.001
	N	88	88
Attitude Toward Using	Pearson Correlation	.816**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	
	N	88	88

****. Correlation is significant at the 0.01 level (-2tailed)**

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa uji korelasi Persepsi Kemudahan Penggunaan (Perceived Ease of Use - PEOU) berpengaruh positif terhadap Sikap Terhadap Penggunaan (Attitude Toward Using - ATU) menunjukkan nilai koefisien korelasi 0,816 dengan nilai signifikansi < 0,001. Hasil ini menunjukkan adanya hubungan positif yang sangat kuat serta signifikan antara persepsi kemudahan penggunaan aplikasi Wonder by BNI dan sikap penerimaan pengguna. Temuan ini menjelaskan bahwa semakin mudah aplikasi digunakan, semakin positif sikap pengguna dalam menerima dan menggunakan aplikasi tersebut. Dengan demikian, **hipotesis bahwa Perceived Ease of Use berpengaruh terhadap Attitude Toward Using dinyatakan diterima**, karena kemudahan penggunaan terbukti menjadi faktor penting yang membentuk sikap pengguna terhadap aplikasi.

Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa aplikasi yang mudah digunakan secara langsung membentuk sikap yang lebih positif dari para pengguna. Hal ini sangat selaras dengan temuan Crystle Rampen et al. (2021) yang menunjukkan bahwa aplikasi yang mudah dipelajari membuat pengguna merasa lebih percaya diri dan nyaman dalam menggunakannya. Temuan tersebut didukung oleh Siswoyo dan Irianto (2023), yang menyebutkan bahwa kemudahan penggunaan merupakan salah satu faktor paling kuat dalam membangun sikap positif terhadap mobile banking. Sudrajat dan Roslina (2023) bahkan menambahkan bahwa semakin minim hambatan dalam penggunaan aplikasi, semakin besar kemungkinan pengguna melihat aplikasi tersebut sebagai pilihan yang layak dan menyenangkan. Dengan demikian, korelasi yang kuat pada penelitian ini menggambarkan pola yang telah banyak ditemukan di berbagai studi TAM.

3. H3: Persepsi Kegunaan (Perceived Usefulness - PU) berpengaruh positif terhadap Sikap Terhadap Penggunaan (Attitude Toward Using - ATU)

Correlation

		Perceived Usefullness	Attitude Toward Using
Perceived Usefullness	Pearson Correlation	1	.874**
	Sig. (2-tailed)		<.001
	N	88	88
Attitude Toward Using	Pearson Correlation	.874**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	
	N	88	88

****. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)**

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa uji korelasi Persepsi Kegunaan (Perceived Usefulness - PU) berpengaruh positif terhadap Sikap Terhadap Penggunaan (Attitude Toward Using - ATU) menunjukkan nilai koefisien korelasi **0,874** dengan nilai signifikansi **< 0,001**. Hasil ini menggambarkan adanya hubungan positif yang sangat kuat dan signifikan antara persepsi kegunaan aplikasi Wonder dan sikap penerimaan pengguna. Temuan tersebut menunjukkan bahwa semakin besar manfaat yang dirasakan pengguna dari aplikasi Wonder, semakin positif pula sikap mereka dalam menerima dan menggunakan aplikasi tersebut. Oleh karena itu, **hipotesis bahwa Perceived Usefulness mempengaruhi Attitude Toward Using dinyatakan diterima**, karena persepsi kegunaan terbukti menjadi penentu utama sikap pengguna.

Penelitian ini menemukan bahwa semakin besar manfaat yang dirasakan, semakin positif sikap pengguna terhadap aplikasi Wondr by BNI. Kesimpulan ini sangat didukung oleh Safari dan Riyanti (2023), yang menunjukkan bahwa perceived usefulness adalah salah satu variabel yang paling menentukan pembentukan sikap positif dalam penggunaan mobile banking. Penelitian Fattah et al. (2025) juga menunjukkan bahwa fitur aplikasi yang benar-benar membantu aktivitas pengguna akan meningkatkan penerimaan dan sikap positif terhadap aplikasi tersebut. Selain itu, Wulandari et al. (2022) menegaskan bahwa teknologi yang mampu memberikan nilai tambah nyata akan lebih mudah diterima dan diapresiasi oleh penggunanya. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat pemahaman

bahwa manfaat yang dirasakan memainkan peran sentral dalam membentuk sikap terhadap penggunaan aplikasi digital.

4. H4: Sikap Terhadap Penggunaan (Attitude Toward Using - ATU) berpengaruh positif terhadap Niat Perilaku Untuk Menggunakan (Behavioral Intention to Use - BI)

Correlation

		Attitude Toward Using	Behavioral Intention to Use
Attitude Toward Using	Pearson Correlation	1	.861**
	Sig. (2-tailed)		<.001
	N	88	88
Behavioral Intention to Use	Pearson Correlation	.861**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	
	N	88	88

****. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)**

Dari tabel diatas dapat dilihat bahw uji korelasi Sikap Terhadap Penggunaan (Attitude Toward Using - ATU) berpengaruh positif terhadap Niat Perilaku Untuk Menggunakan (Behavioral Intention to Use - BI) menunjukkan nilai koefisien korelasi **0,861** dengan nilai signifikansi **< 0,001**. Hasil ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang sangat kuat dan signifikan antara sikap pengguna terhadap aplikasi Wonder dan niat mereka untuk terus menggunakan aplikasi tersebut. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin positif sikap pengguna terhadap aplikasi, semakin besar keinginan mereka untuk tetap menggunakan aplikasi sebagai bagian dari aktivitas keuangan mereka. Dengan demikian, **hipotesis bahwa ATU mempengaruhi BI dinyatakan diterima**, karena sikap pengguna terbukti memainkan peran penting dalam menentukan niat perilaku penggunaan.

Hasil korelasi yang ditemukan pada penelitian ini selaras dengan berbagai temuan empiris yang menunjukkan bahwa sikap memiliki peran penting dalam membentuk niat perilaku. Siswoyo dan Irianto (2023) menemukan bahwa pengguna mobile banking dengan sikap yang positif memiliki kecenderungan jauh lebih tinggi untuk terus menggunakan aplikasi tersebut. Penelitian Sudrajat dan Roslina (2023) juga menyebutkan bahwa persepsi nyaman, aman, dan menyenangkan dalam menggunakan layanan digital akan meningkatkan keinginan pengguna untuk mempertahankan penggunaan aplikasi. Bahkan Sodik et al. (2022) menjelaskan bahwa sikap yang terbentuk dari pengalaman penggunaan yang baik menjadi salah satu pemicu utama munculnya niat penggunaan berkelanjutan. Oleh karena itu, temuan penelitian ini sangat konsisten dengan literatur yang ada.

5. H5: Presepsi Kemudahan Penggunaan (Perceived Ease of Use - PEOU) berpengaruh positif terhadap Niat Perilaku Untuk Menggunakan (Behavioral Intention to Use - BI)

Correlation

		Perceived Ease Of Use	Behavioral Intention to Use
Perceived Ease Of Use	Pearson Correlation	1	.714**
	Sig. (2-tailed)		<.001
	N	88	88
Behavioral Intention to Use	Pearson Correlation	.714**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	
	N	88	88

****. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)**

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa uji korelasi Presepsi Kemudahan Penggunaan (Perceived Ease of Use - PEOU) berpengaruh positif terhadap Niat Perilaku Untuk Menggunakan (Behavioral Intention to Use - BI) menunjukkan nilai koefisien korelasi 0,714 dengan nilai signifikansi < 0,001. Hasil ini menunjukkan hubungan positif yang kuat dan signifikan antara persepsi kemudahan penggunaan aplikasi Wonder dan niat pengguna untuk terus menggunakannya. Temuan ini memberikan gambaran bahwa semakin mudah aplikasi digunakan, semakin tinggi pula niat pengguna untuk mempertahankan penggunaan aplikasi tersebut. Dengan demikian, **hipotesis bahwa Perceived Ease of Use mempengaruhi Behavioral Intention to Use dinyatakan diterima,** karena kemudahan penggunaan terbukti secara langsung memengaruhi minat pengguna dalam penggunaan berkelanjutan.

Korelasi positif antara kemudahan penggunaan dan niat perilaku pada penelitian ini sangat sejalan dengan berbagai penelitian sebelumnya. Crystle Rampen et al. (2021) menunjukkan bahwa aplikasi yang memberikan pengalaman pengguna yang sederhana dan jelas akan mendorong keinginan untuk terus menggunakannya. Kota dan Kusumastuti (2022) juga menemukan bahwa kemudahan penggunaan merupakan pendorong signifikan dalam minat pengguna mobile banking. Hal yang sama dibuktikan oleh Rahman dan Chaniago (2025), yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan menjadi salah satu alasan mengapa pengguna memilih untuk tetap menggunakan aplikasi digital dalam jangka panjang. Karena itu, hasil penelitian ini secara natural melanjutkan pola temuan empiris terkait bagaimana kemudahan memengaruhi intensi penggunaan teknologi.

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa FISIPOL Universitas Tidar 2024 terhadap aplikasi Wondr by BNI tergolong positif baik dari segi kemudahan penggunaan (PEOU), kegunaan (PU), sikap terhadap penggunaan (ATU), maupun niat perilaku untuk menggunakan (BI). Mayoritas responden berpendapat bahwa aplikasi ini mudah untuk dipahami, navigasinya jelas, dan fitur-fitur yang terdapat dalam aplikasi ini dapat dengan mudah ditemukan. Selain itu, banyak di antara mereka juga merasakan manfaat nyata, seperti peningkatan efektivitas dan kecepatan dalam melakukan transaksi keuangan. Pengujian hipotesis menunjukkan bahwa semua hubungan antara variabel dalam model TAM signifikan, di mana kemudahan penggunaan dan manfaat terbukti memiliki dampak yang kuat terhadap sikap serta niat untuk menggunakan aplikasi.

Penelitian ini berhasil memberikan gambaran yang jelas mengenai seberapa diterimanya aplikasi tersebut oleh mahasiswa FISIPOL Universitas Tidar angkatan 2024. Namun, salah satu kendala utama dalam penelitian ini adalah jangkauan sampel yang terlalu terbatas, sehingga hasil yang diperoleh tidak dapat diaplikasikan secara umum kepada semua pengguna aplikasi atau masyarakat secara keseluruhan. Selain itu, adanya variasi data yang cukup besar, terutama pada indikator kegunaan yang berkaitan dengan peningkatan produktivitas (dimana 42,0% responden memberikan tanggapan netral), menandakan adanya ketidakjelasan atau perbedaan yang mencolok dalam pengalaman pengguna mengenai manfaat praktis dari aplikasi ini. Oleh karena itu, disarankan agar penelitian berikutnya memperluas sampel untuk mencakup kelompok pengguna yang lebih beragam dan mungkin juga mengaplikasikan metode kualitatif untuk lebih mendalami alasan di balik ketidakjelasan persepsi kegunaan aplikasi.

Untuk penelitian yang akan datang, disarankan agar ruang lingkup sampel diperluas sehingga tidak hanya terfokus pada mahasiswa FISIPOL Universitas Tidar angkatan 2024. Dengan begitu, hasil yang diperoleh akan memiliki kemampuan generalisasi yang lebih baik terhadap berbagai pengguna aplikasi Wonder by BNI. Selain itu, model penelitian bisa ditingkatkan dengan memasukkan variabel eksternal yang relevan, seperti Kepercayaan atau Kualitas Layanan, untuk memberikan wawasan yang lebih mendalam terkait faktor-faktor yang mempengaruhi niat dan minat dalam penggunaan aplikasi tersebut. Terakhir, mengingat adanya variasi dalam respon data pada variabel kegunaan, terutama tingginya jumlah jawaban netral, penerapan metode campuran yang menyatukan survei kuantitatif dengan wawancara kualitatif yang mendalam akan sangat membantu dalam mengeksplorasi secara detail alasan di balik perbedaan pengalaman pengguna dan berbagai pandangan terhadap manfaat aplikasi.

DAFTAR PUSTAKA

Adi, P., & Permana, G. (2018). *Penerapan Metode TAM (Technology Acceptance Model) dalam Implementasi Sistem Informasi Bazzar Banjar*. *10*(1), 1–7. https://eresearch.stikom-bali.ac.id/admin/files/publikasi_files/b27e9f9c7560a7d115f4daf072776428.pdf

Akuntansi, D. A. N. (2024). *Jurnal ilmiah manajemen dan akuntansi*, 1(6), 24–33. DOI: https://doi.org/10.69714/1qrt1r98

Azkiya, S. R. (2023). *Analisis Penerimaan Aplikasi iKalsel Menggunakan Teori Technology Acceptance Model (TAM)*. *14*(1), 21–31.https://doi.org/10.20885/unilib.Vol14.iss1.art3

Cipta Hadi, Denny Setya, & Setiawan Assegaff. (2022). Analisis Aplikasi Mobile Banking Jenius Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (TAM) Di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Sistem Informasi*, 7(4), 666–677. https://doi.org/10.33998/jurnalmsi.2022.7.4.691 .

Crystle Rampen, Danielle Eudora, & Jay Idoan Sihotang. (2021). Analisis Penggunaan Layanan Mobile Banking Terhadap Transaksi Pembayaran Menggunakan Metode Extended TAM. *CogITo Smart Journal*, 7(1), 85–95. https://doi.org/10.31154/cogito.v7i1.303.85-95 .

Fahlevi, P., Octaviani, A., & Dewi, P. (2017). *Analisis Aplikasi Ijateng dengan menggunakan Teori Technology Acceptance Model (TAM)*. Jurnal Ilmu Perpustakaan, 8. https://doi.org/10.17509/jip.v8i1.9450

Fattah, A., Said, S. B., Hamzah, M., & Yulianto, D. (2025). Pendampingan Nasabah KCP Paiton terhadap Keamanan dan Kemudahan Penggunaan Wondrn by BNI. 4(2), 1267–1272. https://doi.org/10.58266/jpmb.v4i2.622

Gelo, S. Z., Amali, L. N., & Polin, M. (2024). *Penerapan Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Menganalisis Penerimaan Aplikasi E-kinerja Pada Dinas PUPR Kota Gorontalo*. *4*(1), 126–135. https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/diffusion/article/view/24076/8142

Gunawan, Andrew. (2014). Aplikasi Technology Acceptance Model Pada Minat Nasabah Untuk Menggunakan Internet Banking. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 3(2). https://doi.org/10.21831/nominal.v3i2.2695

Hamzah, M. (2024). Analisis Kualitas Layanan Aplikasi Wonder by BNI terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus: Bank BNI KCP Paiton). *JMPKN*, 8(1), 38–51. https://doi.org/10.56858/jmpkn.v8i1.400.

Harahap, S. M., Pradana, F., & Purnomo, W. (2025). Penilaian Penerimaan Teknologi Pembayaran Berbasis Mobile Phone dengan Metode UTAUT 2 (Studi Kasus: Aplikasi Wondr by BNI). 9(8), 1–10. https://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/15192

Havida, A. Z., Budiarnaya, P., & Nasional, U. P. (2024). Mengelola Keuangan Melalui Aktivitas Wondr by BNI. 6788, 65–72. https://doi.org/10.31315/dlppm.v5i2.13300

Imuliyati, Muhammad Tommy Fimi Putra. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Alat Kesehatan. *IKIP PGRI Kalimantan Timur*, 5(3), 24126–38. https://cendikia.ikippgrikaltim.ac.id/index.php/cendikia/article/view/203

Kota, T. P., & Kusumastuti, S. Y. (2022). *Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (Tam) Analysis Of The Influence Of Customer Interest In Using Mobile Banking Using The Technology Framework Acceptance Model (Tam).* *10*(September), 276–288. Https://Www.Researchgate.Net/Publication/364229401_Analisis_Pengaruh_Minat_Nasabah_Dalam_Menggunakan_Mobile_Banking_Dengan_Menggunakan_Kerangka_Technology_Acceptance_Model_Tam

Maulana, et al. (2018). Pengaruh Penggunaan Mobile Banking terhadap... *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 2, 146–155. https://doi.org/10.22373/cj.v2i2.4161

Nawang sari, Sri, & Retno Widiastuti. (2018). Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah Bank (Studi Kasus pada PT Bank DKI – Depok). *Sebatik*, 54. https://doi.org/10.46984/sebatik.v22i2.307

Rahman, T., & Chaniago, T. A. (2025). *Analisa Penerimaan Pengguna terhadap Aplikasi Mobile JKN dengan Metode TAM untuk Pendaftaran Online.* *26*(1). https://jurnalnasional.ump.ac.id/index.php/Techno/article/view/23942/8997

Raveliana, A. D., Isnawati, S. I., & Bangsa, J. R. (2025). Peran Digitalisasi di Dunia Perbankan Wondr By BNI. 1(1), 25–30. http://journal.sanskaraakademia.ac.id

Safari, Apay, & Anti Riyanti. (2023). Analisis Technology Acceptance Model (TAM) terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking. *Jurnal Edunomika*, 08(01), 1–9. https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/view/10490/pdf

Sari, F. R., Hilabi, S. S., & Priyatna, B. (2025). Klasifikasi Teks Ulasan Pengguna Aplikasi Wondr by BNI Menggunakan Algoritma Naïve. 6(2), 541–552. https://doi.org/10.46576/djtechno.

Siswoyo, Agus, & Bambang Setyobudi Irianto. (2023). Analisis Technology Acceptance Model (TAM) terhadap Pengguna Aplikasi Mobile Banking. *Owner*, 7(2), 1196–1205. https://doi.org/10.33395/owner.v7i2.1440

Sodik, Fajar, Alifia Nur Zaida, & Khusnul Zulmiati. (2022). Analisis Minat Penggunaan pada Fitur Pembelian Mobile Banking BSI: Pendekatan TAM dan TPB. *Journal of Business Management and Islamic Banking*, 1(1), 35–53. https://doi.org/10.14421/jbmib.2022.011-03 .

Sudrajat, Alfath Muharom, & Roslina. (2023). Penerapan Model Penerimaan Teknologi (TAM) terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Aplikasi M-Banking BNI di Bandar Lampung.

INNOVATIVE: Journal of Social Science Research, 3(4), 7583–97. https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/4210/3163

Sukmawati, H., Rasyid, A. F., & Kurniaputri, M. R. (2021). Penerimaan dan Penggunaan Layanan Mobile Banking Perbankan Syariah : Ekstensi Technology Acceptance Model. 7(03), 1845–1857. https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/3615/1671

Wulandari, Widya, Edwin Japarianto, Trixie Nova, & Bella Tandijaya. (2022). Penerapan Technology Acceptance Model (TAM) terhadap... *Jurnal Pemasaran*, 16(2), 126–132. https://doi.org/10.9744/pemasaran.16.2.126